

Jörg Waber

Das brasilianische Deutschlandbild. Ansichten und Kenntnisse der Brasilianer über die deutsche Kultur¹

1. Suggestierte Sichtweisen

Viele Bundesbürger mögen eine recht oberflächliche Meinung über Brasilianer und Brasilien haben. Adjektive wie exotisch, erotisch, tropisch und Substantive wie Strand, Sonne, Sambamädchen oder Karneval spielen hier mitunter eine zentrale Rolle. In ähnlicher Weise ist damit zu rechnen, dass auch das "brasilianische" Deutschlandbild von Stereotypen zumindest stark beeinflusst, wenn nicht gar bestimmt wird. Diese können verschieden stark differenziert sein. Deshalb ist es lohnend, die vorhandenen Sinnbilder und deren Ausformungen, wie sie Brasilianer Deutschland zuschreiben, zu erforschen. Über reine spontan kommunizierte Bilder hinaus erscheint aber auch die Ergründung von basalen Kenntnissen über die deutsche Gesellschaft, Politik und Kultur nicht uninteressant. Vor diesem Hintergrund wurde im Rahmen eines größeren Forschungsprojektes das in Brasilien tatsächlich existente Deutschlandbild und die Kenntnisse der Brasilianer über die deutsche Kultur erforscht. Die Ergebnisse entstanden durch persönliche² Umfragen, die in Rio de Janeiro (300 Personen, in vier sozial unterschiedlich gestellten Vierteln: Marechal Hermes, Ipanema und Centro), São Paulo (100), Brasília (100), Campina Grande (150), João Pessoa (200) und Curitiba (150) unter

1 Der Artikel beruht auf Forschungsergebnissen im Rahmen der Dissertation des Autors: *Kognitive Schemata und ihr Einfluss auf die Vermittlung präsidialer Meinungen über Fremdstaaten an die Bevölkerung. Die brasilianischen Präsidenten und ihre Fähigkeit, Einstellungen an die Öffentliche Meinung zu den Einstellungsobjekten USA und BRD zwischen 1995 und 2006 zu übertragen*. Köln: Universität Köln (2009).

2 Die persönliche Umfrage wurde anonym durchgeführt und den Befragten vorgelesen, die selber sofort antworten sollten und denen keine längere Bedenkzeit gewährt wurde. Zudem wurden keine Gruppen-, sondern nur Einzelinterviews geführt, um Gruppeneffekte zu vermeiden.

Beachtung repräsentativer Kriterien – aber ansonsten nach dem Zufallsprinzip – durchgeführt wurden.³

Auf diese Weise sollte versucht werden, Behauptungen deutscher Unternehmen und Institutionen sowie vielverbreitete unwissenschaftliche Meinungen gegebenenfalls zu widerlegen oder zu bestätigen – Ansichten und (Vor-)Urteile, die zu allgemein anerkannten Wahrheiten zu werden schienen. So waren deutsche Unternehmen von der brasilianischen Ansicht überzeugt, deutsche Produkte seien hochwertig – Deutsch sei also gewissermaßen ein Synonym für Wertarbeit. Deutsche Entwicklungspolitiker behaupteten, die kirchlichen Hilfswerke Misereor und Adveniat seien die bekanntesten deutschen Wörter in Brasilien und hochrangige Politiker unterstellten, in Brasilien wisse man allgemein um die guten und problemlosen deutsch-brasilianischen Beziehungen.

Das “Deutschlandbild”, welches aus einer Mischung der Wahrnehmungen von deutscher Kultur, Wirtschaft und Politik definiert werden kann oder aber als Bewertung deutscher Lebensarten und Gebräuche, ist in Wirklichkeit die Wahrnehmung vieler unterschiedlicher Facetten, die sich für jeden Einzelnen zu einem ganz eigenen “Bild” zusammenfügen, je nachdem, welche Einzelbestandteile ihm präsent sind und wie er diese mit Inhalt füllt. Folglich war es nicht möglich, *das* Deutschlandbild zu ermitteln, sondern lediglich verschiedene Bestandteile, die zusammen das Ganze ausmachen.

In den Interviews wurden Fragen zu wirtschaftlichen, kulturellen, politischen und alltäglich-allgemeinen Themen angesprochen. Trotz aller Differenzierung der Fragen muss das auf diese Weise in Brasilien ermittelte Deutschlandbild zwangsläufig ein mittelbares bleiben und dies unabhängig von den Kenntnissen der einzelnen Befragten. Das liegt daran, dass die Interviewten zu einem überwiegenden Teil nicht die Möglichkeiten hatten, sich ein eigenes unmittelbares Bild des deutschen Staates oder der deutschen Kultur zu machen, da dies einen längeren Aufenthalt hierzulande erfordert. Insofern kann ein Vergleich der in Brasilien ermittelten Ansichten mit den

3 Die Umfrage musste nicht nur eine möglichst große Befragtenanzahl aufweisen, sondern auch demografische Querschnitte und Verteilungskategorien wie Geschlecht, Herkunft, Alter und Bildungsgrad beachten, um als repräsentativ gelten zu können. Deshalb wurden im Herbst 2007 1.000 Brasilianer, die nach den genannten demografischen Kriterien (aber ansonsten per Zufall) ausgewählt wurden, in vier Landesteilen und sechs Städten in persönlichen Interviews befragt. Auch wenn die Zahl 1.000, setzt man sie zu den 180 Mio. Einwohnern Brasiliens in Relation, überschaubar wirkt, so sollte der immense Aufwand berücksichtigt werden, den eine solche Umfrage für einen einzelnen Forschenden mit sich bringt.

Einschätzungen in Deutschland lebender Brasilianer aufschlussreich sein. Daher wurden ebenfalls 100 in Deutschland wohnende Brasilianer nach ihren Meinungen und Kenntnissen befragt.

2. Das in Brasilien existente Deutschlandbild

Zunächst wurden allgemeine Fragen zu Deutschland gestellt. Hierunter fiel auch die Frage nach der Assoziation mit dem Begriff Deutschland.⁴ 40,4% der Befragten bewerten Deutschland dabei als hochentwickeltes Land, vor allem in industriell-technologischer Hinsicht. 22,7% sehen in Deutschen die Eigenschaften Disziplin, Tüchtigkeit und Fleiß. Allerdings verbinden auch 14% der Befragten Deutschland weiterhin mit dem Nationalsozialismus, Holocaust und Krieg, während auch Fußball (18,7%) und Bier (15,9%) genannt werden. 7,1% sehen in Deutschland ein schönes und interessantes Land und 4,2% in den Bewohnern "verrückte Menschen". "Deutsche Kultur und Tradition" sowie "ernstes Land mit ernsten Menschen" assoziieren 4,3 bzw. 3,9% mit Deutschland.

Eine erste vorsichtige Analyse zeigt positive Bewertungen im materiellen und organisatorischen Bereich, aber auch bei den Vergnügungsaktivitäten – woraus sich schlussfolgern lässt, dass das vordergründige Deutschlandbild in Brasilien besser ist als sein Ruf. Neben den vorhandenen Sinnbildern sollte aber auch das vorhandene Wissen der Brasilianer über Deutschland, seine Kultur, Politik und Gesellschaft in Erfahrung gebracht werden. Dieses Wissen – so zeigt die Umfrage – ist sehr begrenzt. Immerhin 74,6% kennen zwar die deutsche Hauptstadt und 33,8% die Berliner Mauer. Neuschwanstein (2,8%) und auch Burgen, Schlösser sowie der Kölner Dom sind den Brasilianern durchaus als Sehenswürdigkeiten ein Begriff. 60,3% wissen hingegen keine Antwort und 0,7% nennen den Eiffelturm als deutsche Sehenswürdigkeit. Einige beantworten die Frage nach weiteren deutschen Städten neben München, Hamburg und Frankfurt auch mit Amsterdam (11,5%!), Paris, Leningrad, Washington, London, Rom, Madrid und Moskau. Außerdem ist bei Wissens- und Kenntnisfragen der Anteil der "Weiß nicht"-Antworten mit 50 bis 60% relativ hoch. Geschmacksicher beweisen sich viele der Befragten auf dem Gebiet der Gastronomie. Kartoffeln (2,5%), Wurst (22,1%) und allen voran Sauerkraut (39,9%) werden hier als kulinarische Spezialitäten Deutschlands erkannt. Darüber hinaus finden auch Bier,

4 Mehrfachnennungen waren möglich.

Kraut und Eisbein Einzug in die Statistik. 46% haben allerdings auch “keine Ahnung”.

Die gegenwärtigen deutschen Politiker sind in Brasilien weniger bekannt. Adolf Hitler kennen mit weitem Abstand die meisten Befragten (36,3%). Zumindest genannt werden auch Papst Benedikt XVI (5,9%), Gerhard Schröder (0,2%), Angela Merkel (0,1%), Helmut Schmidt (0,1%), Willi Brandt (0,1%) und Helmut Kohl (0,1%). Ansonsten sind es vor allem Sportler, die das Interesse der Brasilianer wecken. So rangieren Michael Schumacher (8,4%) und Franz Beckenbauer (1,9%) auf den ersten Plätzen vor Oliver Kahn (0,5%), Michael Ballack (0,2%), Steffi Graf (0,2%), Boris Becker (0,1%), Jürgen Klinsmann (0,1%) und Lukas Podolski (0,1%). 548 Befragte (54,8%) kennen den Namen keines einzigen Deutschen, 40 geben Stalin an, 8 Lenin und 7 Gorbatschow; Mussolini kommt sogar auf 102 (10,2%) Nennungen.

3. Wirtschaft

Insgesamt wird die deutsche Wirtschaft gut (26%) bis sehr gut (36,2%) bewertet; damit erhält sie die positivsten Werte im Vergleich zu den anderen Bereichen, zu denen Meinungen und Urteile erfragt wurden. Nur 5,7% antworteten auf die Fragen nach der deutschen Wirtschaft: “geht so”. Gleichzeitig findet gut ein Drittel der Befragten die deutsche Wirtschaft innovativ, bei genauso vielen Enthaltungen und Gegenmeinungen. Ebenfalls ein Drittel kennt deutsche Firmen, wobei die am häufigsten Genannten die Bayer AG (17,9%), die in Brasilien erfolgreiche Volkswagen AG (14,8%), die Bayerischen Motorenwerke (BMW, 6,2%), Mercedes (12%) und Audi (2,5%) sind. Unter den Erstplatzierten sind auffällig viele Automobilhersteller, was für eine punktuelle Kenntnisnahme deutscher Produkte spricht. Neben Bayer werden auch ThyssenKrupp (4,6%) und Siemens (1,9%) als Nicht-Autokonzerne mehrfach genannt. Je eine Nennung erhalten Michelin, Toyota, Amber und Schindler. Als deutsche Produkte bekannt sind neben Automobilen (11,6%) unter anderem Medikamente (5,6%), Metall/Stahl (4,6%), Nutella (4,2%) und Überraschungseier (3,8%). Interessant erscheint bei diesen Nennungen, dass sich weder Technologieprodukte (Software, Hightech) noch Lifestyle-Erzeugnisse (Adidas) darunter befinden. Die Behauptung deutscher Firmen, dass deutsche Erzeugnisse in Brasilien als hochwertig angesehen würden, kann vor dem Hintergrund der Befragungsergebnisse und der Antworten auf die direkte Frage nach der Qualität deutscher Produkte als zutref-

fend bezeichnet werden: nur 1,8% Negativbewertungen und 40% "Gut"- oder "Sehr gut"-Antworten.

4. Ansichten zur deutschen Kirche und Entwicklungszusammenarbeit

Eine – bisweilen mit einem Augenzwinkern vorgetragene – These lautet, dass *Misereor* und *Adveniat* die in Brasilien bekanntesten deutschen Wörter seien. Unsere Umfrage zeigte entgegen dieser Vermutungen nur einen Bekanntheitsgrad der beiden kirchlichen Hilfswerke von gerade einmal 0,1%. Insgesamt kennen auch nur 1,7% das Engagement der deutschen Kirchen in Brasilien, 0,9% wissen um deutsches Engagement im sozialen Bereich und 0,8% kennen Projekte der deutschen Entwicklungszusammenarbeit. Das bekannteste ist dabei die Beteiligung des Deutschen Roten Kreuzes im Ceará. Trotz eines jahrzehntelangen Engagements ist die deutsche Entwicklungszusammenarbeit in Brasilien in der dortigen Bevölkerung nahezu unbekannt.

5. Die deutsche Kultur

Ein wenig bekannter als die Entwicklungszusammenarbeit sind Institutionen, welche die deutsche Kultur in Brasilien vertreten. Das Goethe-Institut kennen 9,9%. Seine Arbeit wird von 1,9% als sehr gut und von 8% als gut bewertet. Auch die Deutsch-Brasilianische Gesellschaft mit Sitz in Bonn und Berlin ist 6,6% der Interviewten ein Begriff. Das Staden-Institut ist hingegen weitgehend unbekannt (0,1%). Mit deutschen Schulen in Brasilien können 12,3% Erfahrungen verbinden. Interessant in Bezug auf die deutsche Kultur war vor allem auch die Frage, wie die Befragten die deutsche Gesellschaft beschreiben würden. Hier bestätigt sich das vorwiegend positive Deutschlandbild. 8,8% sehen in Deutschland hohen Lebensstandard und Lebensqualität gegeben, 6,4% finden das Leben in Deutschland gut organisiert, 5,9% beurteilen das deutsche Volk als intelligent und zivilisiert und 4,5% sehen die Bundesrepublik Deutschland als demokratisch und friedliebend. Wenige sehen Deutschland im Abschwung (1,6%), als konservativ (1,7%) oder als Spaßgesellschaft (1,7%).

6. Gesamtbild und Deutschlands Zukunft

Insgesamt kann von einem mehrheitlich positiven Deutschlandbild der Brasilianer gesprochen werden – und hier besonders in Bezug auf die Wirtschaft und die deutsche Gesellschaft. Viele Brasilianer haben aber kaum weiter-

reichende Kenntnisse über Deutschland. Deutliche Informationsdefizite bestehen in Brasilien vor allem bei kulturellen, religiösen oder entwicklungspolitischen Aspekten des brasilianischen Deutschlandbildes. Deutsche Institutionen sind fast unbekannt. Die Bundesbürger werden als intelligent, diszipliniert und ehrgeizig bewertet, aber auch als eher konservativ und weniger von Lebenslust geprägt. Kaum jemand sieht die Bundesbürger als "offenherzig und vergnügt". 88,3% würden gerne einmal nach Deutschland reisen und 85,6% die deutsche Sprache lernen. Selbst der deutsche Fußball wird von 59,8% der Befragten als gut oder sehr gut beurteilt. Das überaus positive Gesamtbild wird dadurch untermauert, dass 59,8% Deutschlands Zukunft als gut oder sehr gut beurteilen und nur 0,2% als schlecht!

7. Das Deutschlandbild von in Deutschland lebenden Brasilianern

Im Gegensatz zu dem in Brasilien existenten Deutschlandbild interessierte die Umfrage unter 100 von in Deutschland ansässigen brasilianischen Staatsbürgern⁵ nicht vor dem Hintergrund einer Wissensabfrage, sondern vielmehr in Bezug auf die Beurteilung der deutschen Gesellschaft durch diese Zuwanderer. Die Antworten auf die Frage, wie man vor der Einwanderung über die zukünftige Heimat gedacht habe, bestätigten zunächst traditionelle (Vor-)Urteile.⁶ 57 Personen gaben an, besonders mit guter Organisation und Ordnung gerechnet zu haben. 42 dachten eher an Sauberkeit, 67 an Kälte, 78 an verschlossene Menschen und 79 an eine sehr hohe Lebensqualität. 51 gingen davon aus, in ein hoch technologisiertes Land zu reisen. Schließlich hatten 12 Personen Bedenken, hierzulande auf nationalsozialistisch gesinnte Fanatiker zu treffen.

Auf die Frage, wie sie heute über Deutschland dächten, wiederholten sich einige der zuvor genannten Begriffe. Die Assoziation von "Organisation und Ordnung" legte an Nennungen zu (76), hingegen wurden "Kälte" (64), "verschlossene oder lebensmüde Menschen" (65) weniger häufig genannt, aber auch "Sauberkeit" (33) und "hohe Lebensqualität" verloren leicht an Gewicht. Darüber hinaus wurden von den brasilianischen Zuwanderern auch die weitgehende Sicherheit (66) und ein ruhiges, angenehmes Leben ohne Sorgen (59) als charakteristisch für das Leben in Deutschland hervorgeho-

5 100 persönliche Interviews wurden nach den zuvor erwähnten repräsentativen Kriterien geführt, wobei die Interviewten aber ansonsten nach dem Zufallsprinzip ausgewählt wurden; für die Auffindung möglicher Interviewpartner wurden brasilianische und brasilianisch-deutsche Einrichtungen konsultiert.

6 Bei offenen Fragen waren Mehrfachnennungen möglich.

ben. Somit deutet einiges auf ein pragmatisch positives Deutschlandbild der hier lebenden Brasilianer hin. Pragmatisch positiv ist das Bild auch deshalb, weil auf die Frage, was ihnen an Deutschland gefalle, die meisten die Begriffe der Sicherheit (66), Ordnung (60), des ruhigen Lebens (52) und der Sauberkeit nennen. Gleichzeitig fehlt vielen aber (neben Essen und Trinken, 67%) das brasilianische Temperament (49) und die Lebensfreude (34). Dazu passt, dass den überwiegenden Teil der hier lebenden Brasilianer das mitteleuropäische Klima (79) stört sowie das Temperament (49), und einige wenige stört auch die Unflexibilität (23) und Arroganz (16) der Deutschen. Folglich wird die deutsche Mentalität als verschlossen, ernst und nicht vergnügt (89) sowie als diszipliniert, pünktlich und arbeitsfreudig (47) beschrieben.

Staat und Gesellschaft werden in Bezug auf strukturelle Gesichtspunkte wohlwollend beurteilt. Die Lebensverhältnisse sind laut Meinung der Befragten gut (52) bis sehr gut (17), bei 20 Enthaltungen. Auch das soziale System und die politische Kultur werden von 54% beziehungsweise 34% (bei 20 und 40% Enthaltungen) positiv bewertet. Obwohl die deutsche Wirtschaft von 59 Befragten (noch) als gut oder sehr gut bezeichnet wird, sehen sie 61% als nicht innovativ. Zusammenfassend wird die deutsche Gesellschaft als entwickelt (13), organisiert (56), sozial (25), aber auch als ernst, kalt und distanziert (27) sowie prüde (9) angesehen und ihre Zukunft durchaus kritisch beurteilt (Frage: "Wie sehen Sie Deutschlands Zukunft?" 56 Antworten: "geht so", 11 "schlecht", 8 "sehr schlecht").

Abschließend wurden noch Fragen zu persönlichen Vorlieben gestellt, von denen hier nur zwei Aspekte erwähnenswert erscheinen. So gaben 39% der Befragten an, ihre Freizeit sowohl mit Deutschen als auch mit Brasilianern zu verbringen. 38 Personen hatten mehr Kontakt zu Brasilianern und 23 zu Deutschen. Schließlich bekannten sich 28 Brasilianer dazu, lieber (sofort) wieder in Brasilien wohnen zu wollen, während der überwiegende Teil (72) ein Leben in Deutschland vorzieht.

8. Fazit

Insgesamt lässt sich in den Antworten sowohl der Brasilianer, die in ihrem Heimatland wohnen als auch bei denen, die hier ansässig sind, ein positives Deutschlandbild erkennen. Die unmittelbare Erfahrung der in Deutschland lebenden Brasilianer wirkt sich offensichtlich auch auf deren Sichtweise von Deutschland aus. Staat und Gesellschaft werden von ihnen positiver bewertet als die deutsche Mentalität.